



ВСЕРОССИЙСКАЯ
ПЕРЕПИСЬ
НАСЕЛЕНИЯ



БРЕНД-БУК ВСЕРОССИЙСКОЙ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ 2020

1.1. Логотип (эмблема) Всероссийской переписи населения 2020.

Логотип (эмблема) — фирменный знак Всероссийской переписи населения 2020. Включает в себя графическую, цифровую и текстовую часть.

Главная идея фирменного стиля – связь всех элементов и широкий спектр возможностей и ресурсов.

Логотип (эмблема) отражает национальный масштаб переписи, а также транслирует идею о национальном единстве русского народа. Идея раскрывается через четыре цвета: синий, означающий моря; красный, означающий горные местности; желтый – степные равнины; зеленый – леса. Согласно советской «Краткой географической энциклопедии»^{*} и «Большой географической энциклопедии»^{**}, именно так расшифровываются значения цветов на мировых географических картах. Логотип (эмблема) обеспечивает узнаваемость и построение устойчивой ассоциации между многонациональным составом населения России и Всероссийской переписью населения 2020.

^{*}Краткая географическая энциклопедия. В 5 томах / Гл. ред. А. А. Григорьев. — М., Сов. энцикл., 1960—1966. — (Энциклопедии. Словари. Справочники), тираж 82 тыс. экз, 1-е издание.

^{**}Ионина Н. Большая географическая энциклопедия. Страны мира. М.: Олма-Пресс, 2008.



Силуэты четырех людей, держащихся за руки. Это классический символ семьи, где есть отец, мать, сын и дочь. Отражает задачи переписи перед каждой семьей и хозяйством.

Нейтральна по стилю, не несет на себе каких-либо особых элементов идентификации. Не может использоваться без графической части. Текстовая часть стилистически уравнивает игровой момент знака и делает всю конструкцию логотипа (эмблемы) более строгой и серьезной – государственной.

Цифровая часть логотипа (эмблемы)

Сочетает в себе все смысловые слои фирменного стиля: людей, их ответ на перепись или их участие и активность, цветовую полноту.

Цифры 2020 могут выполнять функции логотипа (эмблемы) в особых случаях или как дополнительное повторение в дизайне.

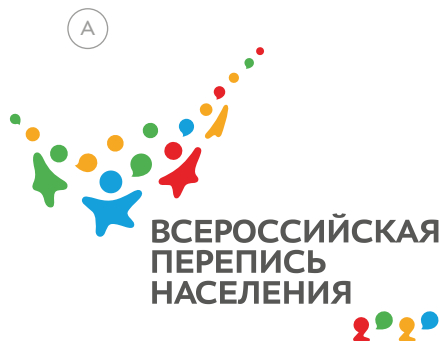
.....1.4. Варианты расположения частей логотипа (эмблемы) (масштабирование).

В логотипе (эмблеме) используется несколько видов пропорциональных соотношений и расположений элементов:

А) Главное пропорциональное соотношение для большинства продуктов. Варианты расположения элементов относительно друг друга (1 и 2).

Б) Соотношение элементов для крупной продукции. Варианты расположения элементов относительно друг друга (1 и 2).

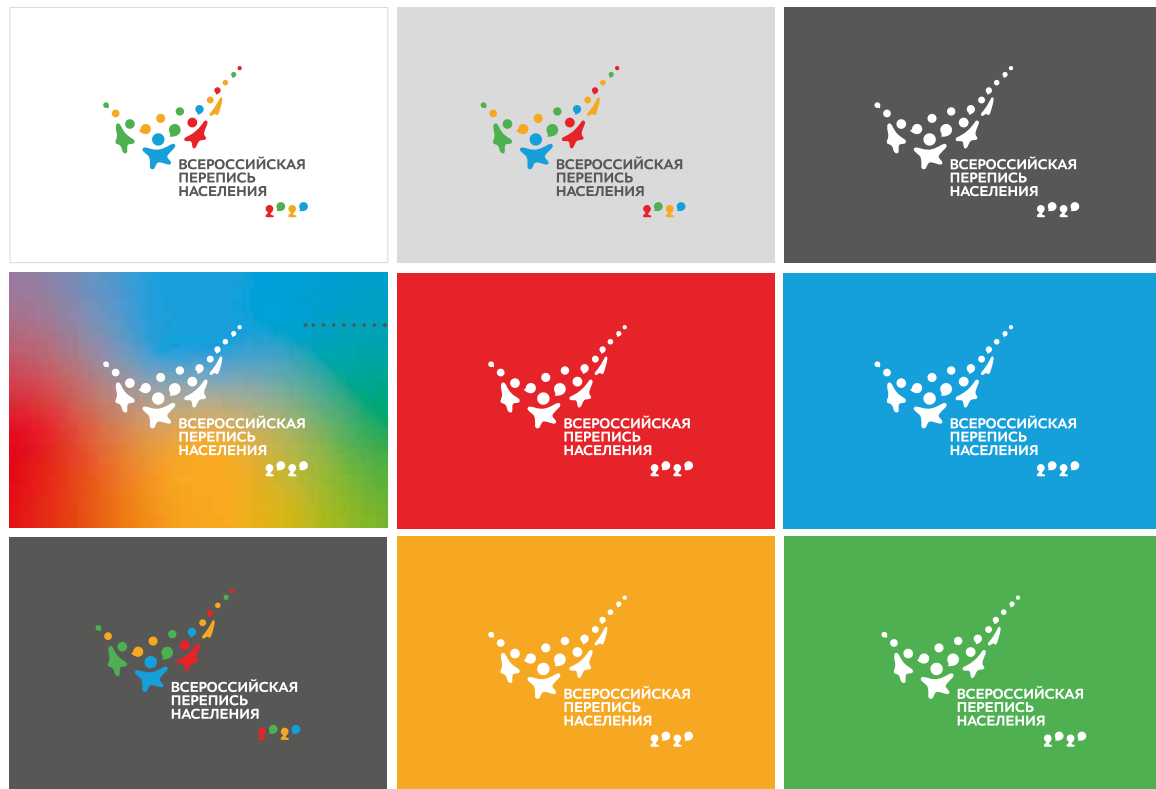
В) Соотношение элементов для круглых форм средних размеров.



.....1.11. Использование логотипа (эмблемы) на различном фоне (инверсия).

На рисунке показаны все разрешенные цветовые решения с использованием различных фонов.

Данный принцип использования различных цветных фонов также распространяется на вариации логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей.



.....1.12. Использование логотипа (эмблемы) и его вариаций для нестандартных носителей на иллюстрациях (оформление иллюстраций).

А) При наличии насыщенной иллюстрации необходимо использовать логотип (эмблему) на белой плашке или плашке одного из цветов фирменного стиля.

При отсутствии возможности поставить плашку на иллюстрацию используется вариация логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей:

Б) Монохромная (темный однотонный на светлом).

В) Инверсивная (белый на темном).



А



Б



В



А



Б



В

1.15. Цвета с указанием цветовой палитры CMYK, RGB, Pantone.

0) Для текста и для монохромных вариантов логотипа (эмблемы).

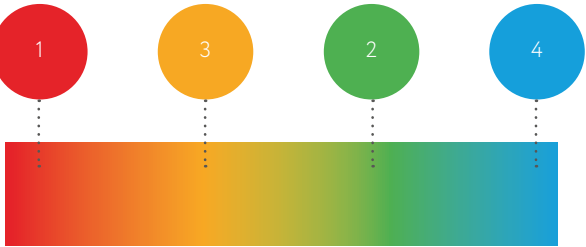
1,2,3,4) Основные цвета.

5) Цвет используется для фонов некоторых продуктов.

6) Белый цвет фона.

7) Используется цветовая растяжка, построение которой видно на картинке (А).

Для вытянутых форм используем линейный градиент, он строится в следующем порядке:



Ширина каждого из цветов произвольная, на усмотрение дизайнера, но желательно использовать равное количество.



CMYK 0; 0; 0; 80
RGB 87, 87, 86
Pantone: 2335



CMYK 0; 95; 85; 0
RGB 229, 35, 41
Pantone: 2035



CMYK 70; 0; 85; 0
RGB 78, 176, 81
Pantone: 2271



CMYK 0; 40; 90; 0
RGB 247, 168, 35
Pantone: 2010



CMYK 75; 20; 0; 0
RGB 22, 159, 219
Pantone: 2192



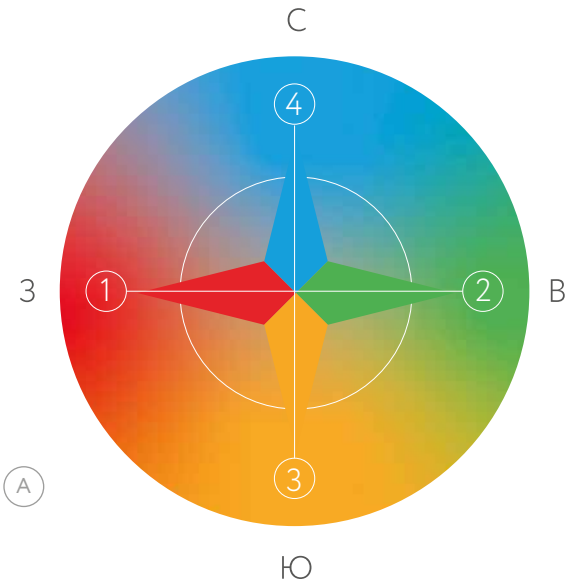
CMYK 0; 0; 0; 20
RGB 218, 218, 218
Pantone: 2330



RGB 255; 255; 255
CMYK 0; 0; 0; 0

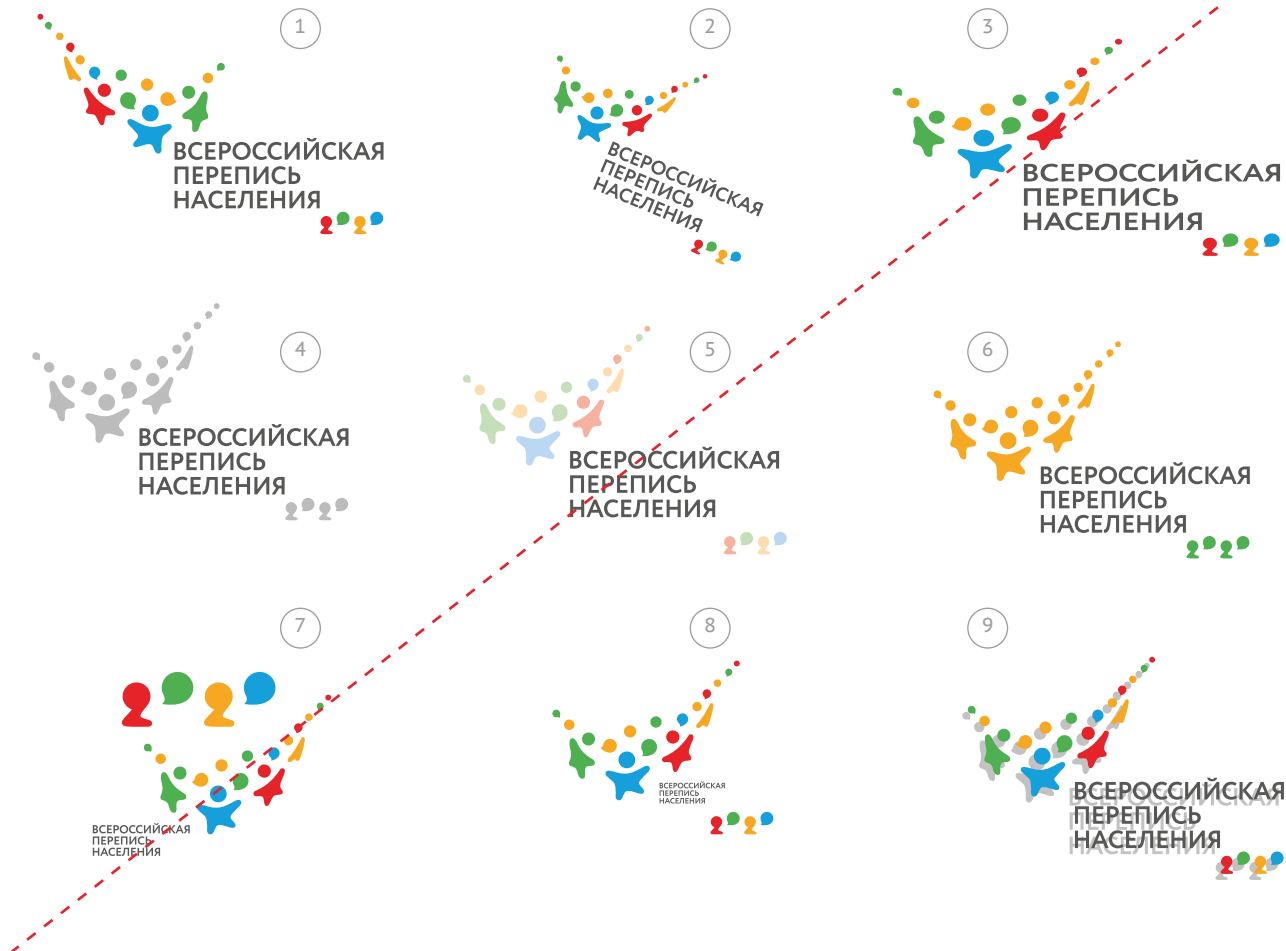


Цветовая растяжка состоит из цветов 1-4, расположенных по принципу сторон света.



.....1.16. Недопустимое использование логотипа (эмблемы).

- 1) Зеркальное отображение логотипа (эмблемы).
- 2) Повороты логотипа (эмблемы).
- 3) Линейные деформации логотипа (эмблемы).
- 4) Любое другое черно-белое изображение логотипа (эмблемы), кроме предусмотренных.
- 5) Изменение прозрачности цвета логотипа (эмблемы).
- 6) Изменение логотипа (эмблемы) по цвету.
- 7) Изменение размеров и частей логотипа (эмблемы).
- 8) Изменение соотношения размеров логотипа (эмблемы).
- 9) Тени и другие визуальные эффекты логотипа (эмблемы).





4

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ
И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО
СТИЛЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

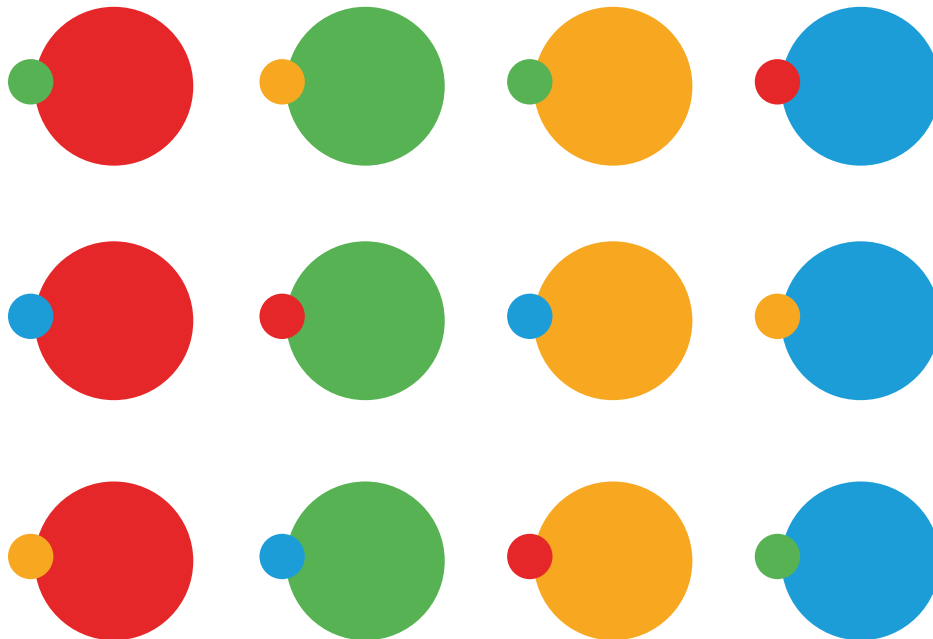
.....4.1. Принципы использования цвета.

При выборе цвета для оформления можно выделять один из цветов фирменного стиля только в том случае, если рядом присутствует другой фирменный цвет. Один фирменный цвет без сочетания с другими использоваться не может.

1) Возможные сочетания главных и второстепенных цветов.

2) Градиентной заливкой можно выделять шрифтовые блоки.

1



2

Прислано
на данный момент:

2334
РАБОТ

.....4.4. Элемент «бабл», «кнопка» и другие.

Варианты элементов фирменного стиля:

А) Бабл можно красить, делать контурным, помещать в него текст или изображение.

Б) Бабл может использоваться как элемент акцента (буллит или тильда).

Также может выделять текст, фотографию, выступать в роли кнопки.

В) В цвета градиента можно красить небольшие тексты, иконки, стрелки.

Г) Бабл может выступать в роли самостоятельного центрального элемента.

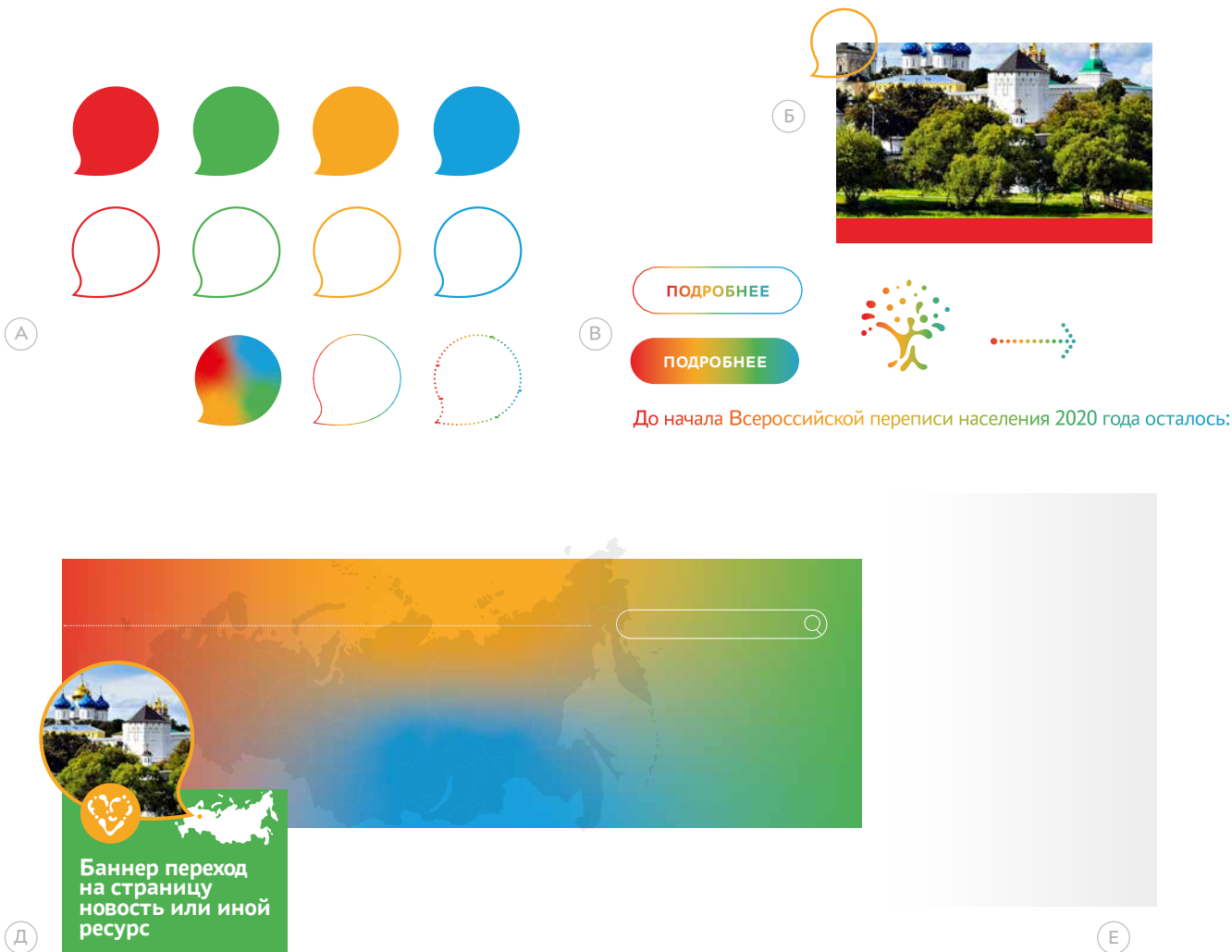
Внутри бабла может размещаться слоган, важная информация.

Бабл может быть контурным или градиентным.

Д) На бабле можно размещать фотографию. Бабл может использоваться как указатель точки на карте.

Белый контур карты также может быть элементом оформления, например, рекламных баннеров.

Е) Для разделения функциональных зон следует использовать элемент «серый градиент».



.....4.5. Варианты оформления соцсетей.

Facebook



Картинка к внешним ссылкам/
Картинка для поста



Обложка страницы



Аватар

Instagram



Горизонтальное изображение



Обложка
страницы



Вертикальное
изображение



Аватар

Одноклассники



Обложка страницы



Картинка для поста



Аватар

VK



Картинка к внешним ссылкам



Картинка для поста



Аватар

Facebook:

- Картинка к внешним ссылкам: 1200 x 630 px.
- Картинка для поста: 1200 x 630 px.
- Обложка страницы: 820 x 312 px.
- Аватар: 170x170 px.

«ВКонтакте»

- Картинка к внешним ссылкам: 537 x 240 px.
- Картинка для поста: 700 x 500 px.
- Аватар: 200 x 500 px.

«Одноклассники»

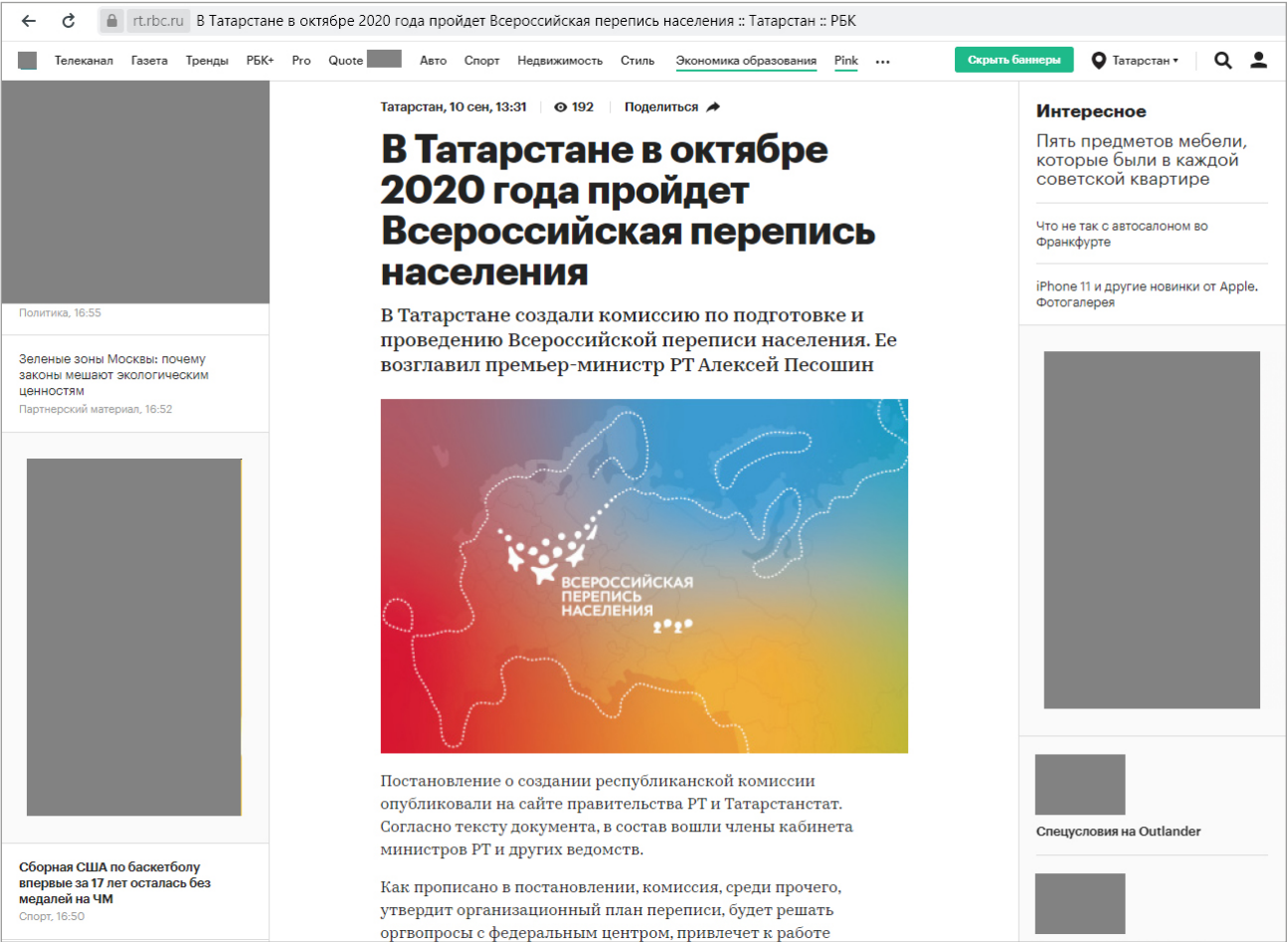
- Картинка для поста: 1680 x 1680 px.
- Обложка страницы: 1340 x 320 px.
- Аватар: 190 x 190 px.

Instagram

- Горизонтальное изображение: 1200 x 628 px (1,9:1).
- Квадратное изображение: 1080 x 1080 px.
- Вертикальное изображение: 600 x 750 px (4:5)
- Аватар: 110x110 px.

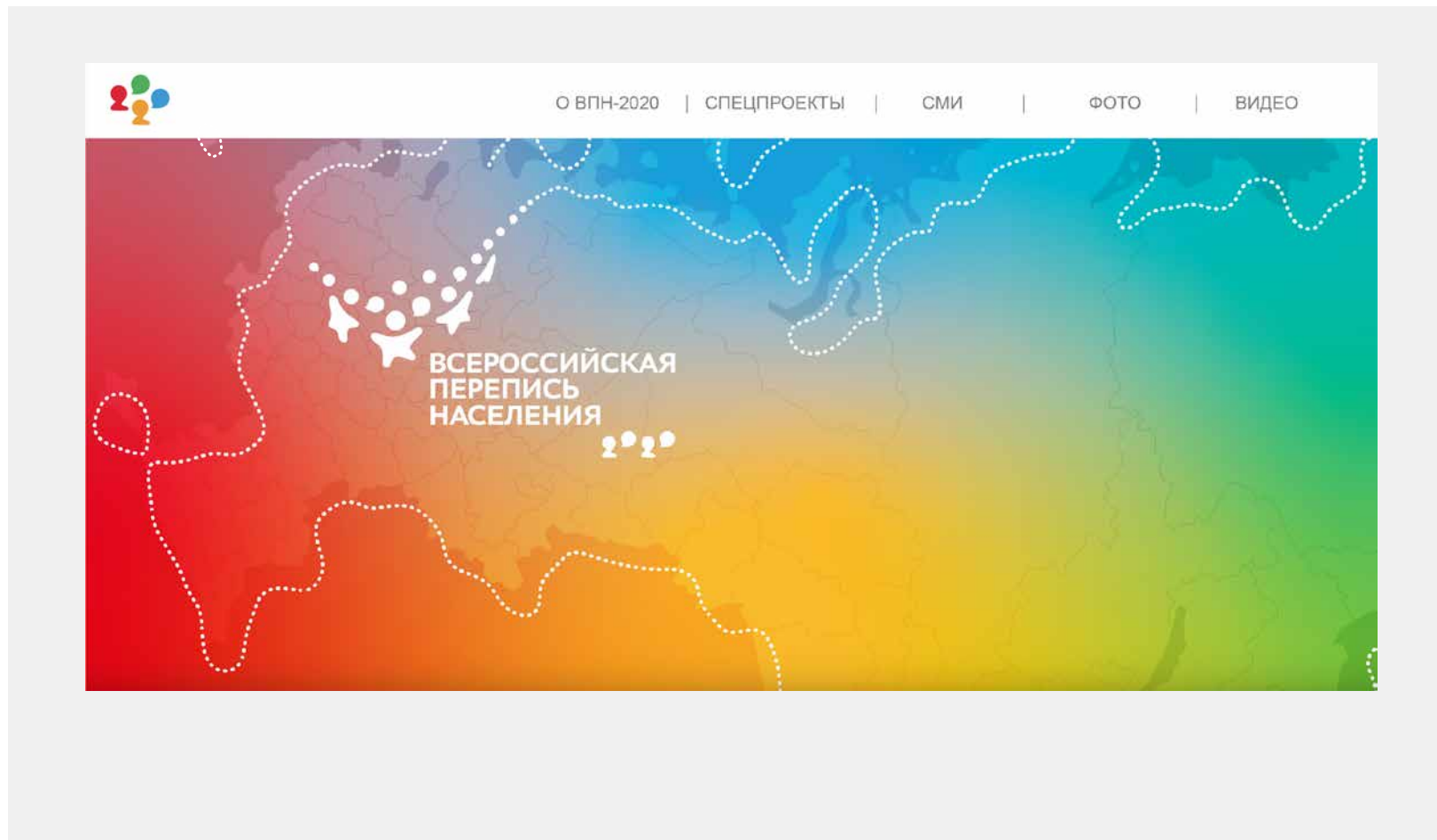
.....4.7. Вариант оформления официальных публикаций.

Для оформления официальных публикаций используется элемент фирменного стиля – карта России в сочетании с логотипом (эмблемой) Всероссийской переписи населения 2020. Карта выполняется в фирменных цветах в виде градиента.



.....4.8. Вариант использования элементов фирменного стиля в сети интернет.

Допускается оформление, согласно предложенным макетам, а также адаптация под задачи информационно-разъяснительной кампании. При этом использование логотипа (эмблемы) и элементов фирменного стиля должно соответствовать требованиям брендбука.



4.9. Вариант использования элементов фирменного стиля в сети интернет.

